

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim 2012. Penjualan Mobil Berbagai Merek. [www.perbandingan-penjualan mobil-di-iims-2012-dan-iims-2013](http://www.perbandingan-penjualan-mobil-di-iims-2012-dan-iims-2013)
- Anonim. 2012. Model atau Merek Mobil Terlaris [www. Grafik + peningkatan + penjualan +mobil +avanza](http://www.Grafik+peningkatan+penjualan+mobil+avanza).
- Anonim.2010 Sejarah Toyota www.toyota.co.jp/04/02/2014.
- Anonim 2010. Sejarah Mobil Avanza Toyota [www.id.wikipedia.org/Toyota Avanza/05/02/2014](http://www.id.wikipedia.org/Toyota_Avanza/05/02/2014)
- Anonim, 2010, Tabel Distribusi F . www://junaidichaniago.wordpress.com
- Fatharani A, Lubis N, dan Dewi R, Shinta (2009), ” *Pengaruh Gaya Hidup (Life Style), Harga (Price), dan Kelompok Referensi (Reference Group) terhadap Keputusan Pembelian Telepon Seluler Blackberry*”, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, Semarang: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/2013/12/17>.
- Ghozali Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler,dan Keller,Kevin L.2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Erlangga, Jakarta.
- Maleke, L Cindy. 2013. Faktor Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Gemini: Pada PT, MegaMitra Makmur Sejahtera , *Jurnal EMBA*, Vol,1, No.3,pp.551-561. <http://ejournal.unsrat.ac.id/2013/12/15>.
- Nugroho J.Setiadi, 2003. *Prilaku Konsumen “Konsep dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran”*. : Prenada Media. Jakarta.
- Rizal, Agus, 2010.”*Analisis Pengaruh Grup Referensi dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Qwerty*”. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatu Jakarta. <http://repository.uinjkt.ac.id/2013/12/17>.
- Rorlen. 2007. Peran Kelompok Referensi dan Keluarga Terhadap Proses Keputusan Membeli. *Business Journal Bunda Mulia*, pp.12-18. <http://ejurnal.stiedharmaputra-smg.ac.id/2013/12/3>.

Sugiyono. 2010 . *Metodelogi Penelitian Bisnis*.,cetakan kelima belas, Alfabeta Cv, Bandung.

Suryani,Tatik.(2008),*Prilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Graha Ilmu,Yogyakarta.

Schiffman dan Kanuk L, Leslie, 2008, *Prilaku Konsumen*, Edisi 7 : PT Indeks. Jakarta

Safingi, Yusuf. 2008. “*Pengaruh Promosi, Religiositas, dan Kelompok Referensi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kredit Sepeda Motor di PT Federal Internasional Finance Syari’ah Cabang Yogyakarta*”. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. <http://digilib.uin-suka.ac.id/2013/12/3>.

Subagio Hartono, 2011. *Pengaruh Atribut Supermarket Terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utilitarian Dan Loyalitas Konsumen*. Universitas Kristen Petra, Surabaya.
<http://puslita2.Petra.ac.id/2014/02/20>.

Veterinawati,Desi.2013.Faktor Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol,1,No 3 pp.746-759. <http://ejournal.unesa.ac.id/2013/12/4>.